

PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN JUMLAH PELANGGAN PT. POS INDONESIA (PERSERO) MALANG

“Studi pada PT. POS Indonesia (Persero) Malang jl. Merdeka Selatan No.05 Kota Malang”

Dian Tri Wahyuni

(Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Kanjuruhan, Malang)
e-mail : dian_an92@yahoo.com

Irma tyasari

Ida Nuryana

(Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Kanjuruhan, Malang)

ABSTRAK : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel harga dan promosi terhadap peningkatan jumlah pelanggan. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang bersifat verifikatif, adapun teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling dan didapatkan sebanyak 74 responden. Data diperoleh melalui distribusi kuesioner dengan teknik penilaian Skala Likert 1-5. Uji validitas kuesioner dilakukan menggunakan korelasi product moment, sementara uji reliabilitas dilakukan dengan Alpha Cronbach. Hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa hasil uji t menunjukkan bahwa untuk variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap peningkatan jumlah pelanggan ($2,449 > 1,66629$), sedangkan untuk variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap peningkatan jumlah pelanggan ($0,196 < 1,66629$). Sedangkan R^2 sebesar 0,101 yang berarti peningkatan jumlah pelanggan secara bersama-sama dipengaruhi oleh harga dan promosi pada PT Pos Indonesia (Persero) Malang ($4,010 > (2,50)$) dan sisanya didukung oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : Harga, Promosi, Pelanggan